

Las Economías Creativas como un Motor de Desarrollo para América Latina

Mauricio Barrera Barragán, Universidad Católica Boliviana San Pablo

Introducción

En América Latina se tiene la idea de que imitando los procesos de industrialización que se llevaron a cabo en el pasado en países europeos y en Estados Unidos, se tiene la fórmula mágica para el desarrollo económico de la región. En el mundo globalizado de hoy, en el que las economías son más interdependientes que nunca, las regiones deben buscar ventajas competitivas para crecer sosteniblemente a lo largo del tiempo. Si nuestra visión se queda encegueda con la idea de replicar procesos que de hace más de tres siglos, será evidente que nuestra capacidad para añadir valor a nuestros productos palidecerá frente a la que tienen otros países. Por otra parte, si se pretende competir en precios de manufacturas se tienen monstruos como la China, los cuales en cuanto a población, a economía y a su habilidad para ofrecer precios competitivos, nos hacen quedar en ridículo. A pesar de que la región está pasando por un periodo de bonanza en los precios de materias primas gracias a la demanda creciente de las economías emergentes, es clave resaltar que esta coyuntura internacional nos encadena más a las ideas de *dependencia económica*¹ que tanta preocupación generaron en la década de los 50's. En contraste, se puede ver cómo economías que se enfocan cada vez más en la creación de valores intangible son las que tienden a prosperar. Es por esto que este ensayo propone la idea de aplicar los conceptos de “*economías creativas y culturales*”² para el potenciar el desarrollo económico de América Latina en su conjunto. Al ser una región extremadamente rica en cultura, se puede impregnar a la economía de estos valores intangibles para crear una

1- Término acuñado por pensadores como Raúl Prebisch, A. Gunder Frank, Teodosio Dos Santos, entre otros.

2- “Economía Creativa Como Estrategia de Desarrollo: Una visión de los países en desarrollo” – Ana Carla Fonseca Reis

ventaja competitiva. De manera similar, se debe destinar gran parte de los ingresos que recibe la región a fomentar la creación de espacios creativos dentro de las ciudades para así atraer a la “*burguesía creativa*”³ para potenciar las economías creativas de cada país.

Las Economías Creativas

¿Por qué enfocarse en las economías creativas? La sociedad global está cambiando radicalmente y los agentes económicos deben estar alerta para poder adaptarse a estos cambios y prosperar. Existen tendencias muy fuertes que apuntan a la búsqueda de una propuesta diferente de valor. La gente está mucho más atraída hacia lo intangible, como por ejemplo temas ecológicos, culturales, de entretenimiento y/o de productos orgánicos, por nombrar algunos. Asimismo la gente se ha vuelto más empática respecto al sufrimiento ajeno y esto se manifiesta en mayores esfuerzos de ayuda humanitaria. Entonces es claro que las economías deben enfocarse en estos temas y aspectos intangibles para generar valor. Las economías creativas son precisamente las que aprovechan de estos temas para potenciar el desarrollo, por ello que vale la pena analizarlas y enfocarse en ellas.

Partiendo por el concepto de creatividad podemos identificar que la esencia de la misma es la creación de ideas. Estas ideas pueden ser de todo tipo, desde versos poéticos hasta teoremas matemáticos. La peculiaridad de las ideas es que habitan en el mundo de lo intangible, un mundo que genera conexiones muy fuertes con los aspectos emocionales del ser humano. Como consecuencia el valor que proporcionan las ideas es muy superior al valor que puede proporcionar un recurso natural como un pedazo de madera sin procesar. Por esto se define a las economías creativas como aquellas en el que el insumo primario es la creatividad por lo que su agregación de valor es netamente intangible y emocional.

A raíz de las economías creativas surgen las industrias creativas como el teatro, el cine, el diseño gráfico, el diseño de moda, las editoriales, el arte, la programación de software, el turismo, entre otras. Estas industrias explotan su valor intangible al apelar a los consumidores en el mundo de las ideas apoyándose muchas veces en la cultura. Por ejemplo, las obras de teatro ofre-

3- “Rise of the creative class” – Richard Florida

cen entretenimiento y a su vez enlazan a la audiencia a las emociones que retratan los actores pues poseen una temática cultural a la que los espectadores se pueden ligar, el diseño gráfico sustenta su capacidad de generar impacto visual en los patrones culturales y emocionales de las personas, el turismo ofrece conceptos intangibles a los viajeros exponiendo la cultura de un país, y así sucesivamente. Entonces se puede decir que si un país logra potenciar sus economías creativas entonces podrá esperar que su crecimiento sea sostenible en el tiempo. Par reforzar esto, veamos algunos ejemplos que se dieron en el mundo, en concreto en algunas ciudades creativas ⁴ .

Ejemplos exitosos

Medellín⁵ es quizás la ciudad que mejor retrata el concepto de una transformación creativa. Es la segunda ciudad más grande de Colombia con 3.5 millones de habitantes en área metropolitana. En la década de los noventa Medellín era considerada la ciudad más violenta del mundo. Con estadísticas como 381 muertes por cada 100 mil habitantes y su fama de narcotráfico y violencia, la ciudad estaba ante un reto monumental para lograr generar desarrollo. La clave para su transformación milagrosa fue el radical cambio de perspectivas del sector público y la apuesta por las economías creativas. El primer paso fue identificar las áreas donde podría tener mayor incidencia la alcaldía. Se identificó que la educación pública y la cultura serían los pilares para la transformación de la ciudad. Al basarse en aspectos intangibles como estos es que se logró cambiar el modo de pensar de la población. Creyendo firmemente que la cultura debería llegar a todos es que lanzaron proyectos como Parques Bibliotecas, en las cuales los jóvenes pueden tener una experiencia cultural y de aprendizaje diferente. Al exponer a Medellín como una ciudad creativa, se pretendía que la gente se olvidara del pasado violento de la ciudad y se enfoque en su resurgir creativo, uno que sin duda los continúa impulsando.

Nantes⁶ es una ciudad en Francia que apostaba por el desarrollo industrial hasta la década de los ochenta. Tras la crisis del petróleo y la alza de precios, muchas de las fábricas e industrias que se encontraban en la ciudad tuvieron que cerrar. Mucha gente perdió su empleo lo que causó descontento social e

4-"Creative City Perspectives" – Ana Carla Fonseca Reis & Peter Kageyama

5-"Creative City Perspectives: Medellín, A Creative City" – Jorge Melguizo

6-"Creative City Perspectives: Nantes, a Creative City?" – Jean-Louis Bonnin

inestabilidad. Dos décadas después, Nantes surge como una ciudad dinámica y creativa gracias a las políticas públicas que se apoyaban en las economías creativas. El pilar para esto fue la planeación urbana para atraer a personas con capital cultural y creativo. Esto hizo que las actividades culturales y de entretenimiento que trajeron estas personas le dieran vida de nuevo a la ciudad. Las calles se llenaron de artistas callejeros que luego pasaron a montar espectáculos formales en teatros y en festivales. El sector público apoya las iniciativas de la población y es un socio importante en el desarrollo de proyectos culturales. El ejemplo más famoso es el festival de teatro de marionetas gigantes de Nantes, en el que se retrata temas de importancia social. En este ejemplo se puede ver cómo la cultura y los factores intangibles son los que proporcionan mayor valor para el desarrollo de las ciudades.

Una propuesta para Bolivia

Al igual que todos los países de América Latina, Bolivia posee una gran herencia cultural. Desde tiempos prehispánicos en los que la cultura Inca dominaba el continente, pasando por la época colonial, la emancipación e independencia de las colonias hasta revoluciones y golpes militares con décadas de dictaduras. Esta amalgama histórica y cultural representa un valor intangible muy importante para muchas industrias creativas. Una de ellas es la industria cinematográfica. El potenciar la producción del séptimo arte con temáticas bolivianas puede llegar a ser una propuesta muy interesante de cine alternativo. Para ello se debe desarrollar políticas públicas que apoyen y fomenten la inversión en este rubro, así como proyectos que promulguen el desarrollo de una cultura cineasta en Bolivia. Por ejemplo la apertura de un Museo Audiovisual en la ciudad de La Paz, el cual estaría orientado a exhibir trabajos cinematográficos de directores y productores bolivianos. Los espacios de este museo deben atraer a los fanáticos del cine de todo el mundo por medio de su arquitectura, diseño y concepto. El ingreso al museo en sí debería ser gratuito, pero se puede boletos para función estelares o especiales. El museo también se encargaría de patrocinar a directores con proyectos ambiciosos pero que carecen de fondos para producirlos. Todo esto puede estar financiado por la alcaldía y capitales privados. Con este proyecto se pretendería incentivar a los jóvenes a enfocarse en la industria cinematográfica y así despertar una economía creativa durmiente.

Conclusión

El proyecto de un museo audiovisual es una de muchas posibilidades que pueden explotarse en países como Bolivia. Otras industrias en América Latina se pueden potenciar también. La industria de la moda en Argentina, el diseño medioambiental en Brasil, la hotelería y gastronomía en Perú, el desarrollo de software en Panamá y Costa Rica, entre muchas otras. La clave reside en aplicar los conceptos y valores intangibles de la cultura a las industrias creativas, para así lograr una ventaja competitiva que posicione a la región en el mundo como una llena de cultura y de creatividad. De esta manera el desarrollo económico se centraría en el mundo de lo intangible y en la creatividad, no en la extracción de materias primas, logrando que por primera vez los latinoamericanos dejemos de mirar al suelo y comencemos a mirar al cielo y más allá.